

**MOTIF PEMIRSA MENONTON KONTEN PRANK PADA KANAL  
YOUTUBE BAIM PAULA**

**SKRIPSI**

**ESTI PUSPITA**

**0441 16037**




**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS PAKUAN**

**BOGOR**

**JULI 2020**

1175

	PERPUSTAKAAN FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA UNIVERSITAS PAKUAN BOGOR
Tgl Terima :	
No. Induk Buku :	1175 / FIS / B / 2021
No Class :	1175 EST M 2020
Sumber Buku :	

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh

Nama : Esti Puspita

NPM : 0441 16037

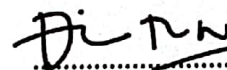
Judul : **Motif Pemirsa Menonton Konten *Prank* Pada Kanal YouTube  
Baim Paula**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : Dr. David Rizar Nugroho, S.S, M.Si.

NIP: 1.0909048514



Pembimbing 2 : Imani Satriani, M.Si.

NIP: 1.0616049763



Pembaca : Dr. Sardi Duryatmo, M.Si.

NIP: 1.0715022649



Ditetapkan di : Bogor

Tanggal : 27 Juli 2020

Oleh

Dekan Fakultas  
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



Dr. Henny Suharyati, M.Si.

NIP : 1.96006071990092001

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Dr. Dwi Rini Sovia F., M.Comn.

NIP : 1.0113001607



## ABSTRAK

**ESTI PUSPITA. 044116037. 2016. MOTIF PEMIRSA MENONTON KONTEN PRANK PADA KANAL YOUTUBE BAIM PAULA.** Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: **David Rizar Nugroho dan Imani Satriani.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi, mendeskripsikan dan menganalisis hubungan antara segmentasi audiens dan *mise en scene* pada konten *prank* dengan motif menonton konten *prank* pada pemirsa kanal YouTube Baim Paula.

Penelitian ini membahas mengenai komunikasi massa, segmentasi audiens, *mise en scene* dan motif. Teori yang digunakan ialah *uses and gratification*. Terdapat tiga variabel yaitu segmentasi audiens indikator yang digunakan adalah usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, pendapatan dan tempat tinggal. Indikator yang digunakan pada variabel *mise en scene* adalah *setting/latar*, kostum dan tata rias wajah, pencahayaan, serta pemain dan pergerakan. Indikator yang digunakan untuk mengukur motif yaitu motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, serta motif hiburan.

Penelitian ini dilaksanakan pada pemirsa yang menonton konten *prank* di kanal YouTube Baim Paula, melalui *google form* pada bulan Mei 2020. Penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling*, dengan rumus *slovin* sampel pada penelitian ini berjumlah 100 orang. Teknik pengambilan data dan analisis data yang digunakan yaitu kuesioner, analisis statistik deskriptif dan analisis non-parametrik (*Rank Spearman* dan *Chi Square*). Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa, variabel segmentasi audiens dan variabel *mise en scene* memiliki hubungan dengan variabel motif pemirsa dalam menonton konten *prank* di kanal YouTube Baim Paula.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motif informasi menjadi indikator tertinggi. Sedangkan, motif identitas pribadi menjadi indikator terendah dalam penelitian ini.

Kesimpulan pada penelitian ini terdapat hubungan yang signifikan antara segmentasi audiens dan *mise en scene* konten *prank* dengan motif pemirsa menonton konten *prank* pada kanal YouTube Baim Paula.

***Kata kunci: mise en scene, motif menonton, youtube.***